

COMMUNIQUÉ DE PRESSE

LA RADIO : ON LIKE ! BILAN DE L'ANNÉE RADIO 2011 – 2012

2011-2012 est **une saison record** pour la Radio. Pour la première fois, elle dépasse **43 millions d'auditeurs quotidiens** et bat ses scores à l'heure du prime time avec plus de 14 millions d'auditeurs à 8h, et en fin d'après-midi avec 8,4 millions d'auditeurs à 17h.

Un succès porté par l'actualité, la diversité des supports d'écoute tout au long de la journée et la multiplication des interactions des auditeurs avec les stations. Autant d'atouts qui confirment l'attachement des Français au média radio.

Une soif d'information et de réflexion

Soutenue par une **actualité très dense**, notamment au premier semestre 2012, la radio a davantage été sollicitée que les années précédentes **pour s'informer** (motivation d'écoute importante pour 53% des auditeurs) **et suivre l'actualité politique** (motivation d'écoute pour 16% des auditeurs, en forte progression ces dernières années).

Cette saison fut ainsi un **très bon cru pour les stations généralistes** qui, chaque jour, ont touché 39% de la population (un taux record sur une saison), avec une excellente part d'audience (42,3%) **et pour les stations thématiques** qui ont dépassé pour la première fois les 14% d'Audience Cumulée (près d'1 point de plus par rapport à 2010/2011), avec une part d'audience record à 8,6%.

La radio a enfin confirmé son rôle de média de proximité : **les stations locales** ont rassemblé chaque jour 19,5% de la population, avec 14,8% de part d'audience, leur record sur une saison.

La radio, média quotidien de la musique et du divertissement

La densité de l'actualité rend d'autant plus nécessaire le besoin de la contrebalancer avec des contenus plus légers et décalés. Les stations généralistes l'ont compris, et ont multiplié avec succès les chroniques satiriques et humoristiques.

Mais avant tout, pour 57,3% des auditeurs, **la musique est la première motivation d'écoute de la radio**. Une proportion qui s'élève à 71% pour les moins de 35 ans. Les stations **musicales** ont ainsi rassemblé **21,4 millions** d'auditeurs chaque jour sur la saison (soit 40,7% d'audience cumulée) : c'est le format radio le plus écouté.

La radio, une fonction « sociale »

L'interactivité a été cette année au cœur des modes de fonctionnement de la Radio. Les auditeurs peuvent intervenir à l'antenne tout au long des programmes, quelles que soient les stations. Si la première motivation de contact avec une station est de jouer à un jeu (49%), de plus en plus d'auditeurs interagissent avec leur radio **pour partager une opinion (28%)**, exprimer un avis sur la radio, une émission ou un animateur (19%) ou poser une question à l'antenne (10%).

Ces interactions sont facilitées grâce au Web et aux réseaux sociaux : le temps de l'émission se prolonge ainsi au-delà du temps d'antenne. **45% des 15 ans et plus sont déjà entrés en contact** avec une station de radio : **24%** de la population privilégient **le site web** ou le blog de la radio, puis le téléphone (21%) et l'email (17%). Les moins de 25 ans plébiscitent eux aussi le site web ou le blog de la radio, mais **Facebook et Twitter** arrivent juste derrière (avec **20%** des jeunes qui utilisent ces réseaux).

Plus de la moitié du public considère que de manière générale, l'interaction avec les auditeurs donne de la richesse aux programmes (57%) et confère une image moderne au média (57%). Et pour 67% du public, la libre-antenne est « dans le coup ».

La radio, en tous lieux et à tous moments

Proche des auditeurs via cette interactivité, la radio l'est aussi par sa capacité à accompagner le public au quotidien et dans ses déplacements. Sur une période de 3 semaines, du lundi au vendredi, la couverture de **l'écoute en voiture (73,7%)** est supérieure à celle de **l'écoute à domicile (70%)**.

L'offre numérique fait de plus en plus d'adeptes : aujourd'hui, 41,7%, **soit plus de 22 millions d'individus âgés de 13 ans et plus, ont déjà écouté la Radio via Internet**, c'est 2 fois plus qu'il y a 5 ans.

Sur Internet, la Radio, média du direct, est majoritairement écoutée en Live. Toutefois, la pratique de la Catch Up continue de se développer. Les podcasts en particulier ont su trouver leur public : pas moins de 16 à 17 millions de podcasts sont téléchargés chaque mois, et **78% d'entre eux sont écoutés**.

Le succès de l'offre numérique est porté par l'essor des nouveaux supports d'écoute qui rassemblent 4,6 millions d'auditeurs chaque jour, téléphone mobile en tête devant l'ordinateur, la télévision et le baladeur multimédia.

A propos de Médiamétrie

Leader des études médias, Médiamétrie observe, mesure et analyse les comportements du public et les tendances du marché. Créée en 1985, Médiamétrie développe ses activités en France et à l'international sur la Télévision, la Radio, l'Internet, le Cinéma, le Téléphone Mobile et le Cross-Médias. En 2011, Médiamétrie a réalisé un chiffre d'affaires de 73,2M€.

Pour de plus amples informations, visitez notre site web : www.mediametrie.fr. Suivez nous sur Twitter : www.twitter.com/Mediametrie_TM et sur Facebook : www.facebook.com/Mediametrie

Sources :

Médiamétrie 126 000 Radio 2011-2012

Médiamétrie Panel Radio 2011-2012

Médiamétrie Global Radio : Volet 1 - Observatoire des Usages Internet 2011- 2012 & Volet 2 - 126 000 Radio 2011

Médiamétrie – MédiaFit – Septembre 2012

Médiamétrie-eStat Catch-Up Radio 2011-2012. Périmètre des podcasts téléchargés : Europe 1, RTL, France Bleu, France Culture, France Info, France Inter, France Musique et Le Mouv'

Contacts presse :

Laure Osmanian Molinero

Tél.: 01 47 58 97 55

E-mail : losmanian@mediametrie.fr

Isabelle Lellouche-Filliau

Tél.: 01 47 58 97 26

E-mail : ilellouche-filliau@mediametrie.fr